

# O AUTOADESIVO

*informações sobre rótulos e etiquetas*

*Manter as margens de lucro, atender à demanda dos clientes e oferecer soluções inovadoras com melhor custo-benefício estão entre os principais desafios atuais do dinâmico setor de rótulos e etiquetas*



# PRIMEIRA IMPRESSORA DIGITAL INDUSTRIAL DE RÓTULOS E ETIQUETAS ACESSÍVEL



DEMONSTRAÇÃO NA



26 A 28 - AGOSTO

QUALIDADE DE IMPRESSÃO ESTÁVEL

ALTA CAPACIDADE E BAIXO CUSTO DE OPERAÇÃO

INTERFACE SIMPLES E INTUITIVA



# Trojan<sup>®</sup> 2

## AVANÇADA TECNOLOGIA DISPONÍVEL PARA TODOS OS CONVERTEDORES

A TrojanTwo oferece ao mercado uma impressora digital industrial de rótulos e etiquetas acessível e com características de sistemas maiores e mais caros. Velocidade de impressão até **18 m/min**, **qualidade até 1600 x 1600 dpi** e **s sofisticado sistema de auto-manutenção capaz de executar grandes volumes e manter a alta qualidade de impressão constante**. Seja ou não a impressão digital de etiquetas uma parte dos seus negócios, a TrojanTwo pode agregar mais valor devido ao baixo custo de produção, impressão estável de alta qualidade e flexibilidade de trabalhos.



Distribuidor Exclusivo para o Brasil

Acesse: [www.apolo.com.br](http://www.apolo.com.br)

Telefone: (11) 3164-9400



Acesse o QR-Code para mais informações

# Sumário

## 5 Artigo

Crise é mais grave para as empresas familiares

## 6 Gestão

Metodologia desmistifica inovação de embalagens e rótulos

## 10 Regional

Apolo vê futuro promissor para o setor de rótulos e etiquetas

## 12 Jurídico

Novo foco para um Brasil melhor

## 14 Associado em Foco

MemoArt, da etiqueta ao rótulo: um sonho que não para de crescer

## 16 Artigo Trabalhista

A transição do funcionário CLT para PJ

## 17 Informe Publicitário

## 22 Reportagem

Código de barras é relevante no desempenho comercial e na gestão das empresas

## 25 Clube de Benefícios

## 26 Por Dentro da ABIEA

## 30 Capa

Menos quantidade, mais qualidade

## 33 Vitrine

Acompanhe as novidades em produtos e serviços do setor

### Expediente

#### CONSELHO DIRETIVO (2014-2016)

PRESIDENTE - Eduardo Q. Chede (Art Print)  
1º VICE-PRESIDENTE - Denis Piedade (DXD Rótulos)  
2º VICE-PRESIDENTE - Luciano Faria Bezerra (Aaron)  
3º VICE-PRESIDENTE - Mario Lage (Ready)  
4º VICE-PRESIDENTE - Laércio Strange Wamerling (Flexoprint)  
1º SECRETÁRIO - Francisco S. N. Neto (Adesão Etiquetas)  
2º SECRETÁRIO - Antonio C. D. da Costa (Tyrex)  
1º TESOUREIRO - Sérgio Botteselli Valério (Visionflex)  
2º TESOUREIRO - Vanderlei Scalli (CCD Etiquetas)

#### SUPLENTES DA DIRETORIA

Leonardo Fernandes Oliver (Oliver Print)  
Marcos Tomita (Contiplan)  
Raphael Erikson de Souza (Thermoprint)  
Antonio de O. Jordão Neto (Qualitec)  
Lázaro P.C. de Almeida Gouveia (Impress)  
Marcos D. da Natividade (Delta Etiquetas)  
Fernando A. Martins (Premium Flex)  
Sérgio Rocha da Cruz (Printek)  
Sílvia Helena Caldas (Metiq Soluções)

#### CONSELHO FISCAL

Carlos S. de Souza (Projetik)  
Antonio P. Sanches Andrade (Grafcola)  
José Carlos Drager (Multilabel)

#### SUPLENTES CONSELHO FISCAL

Derly de Araujo Krassuski (Master Print)  
Roberto A. Jaegger (Automação)  
Luiz Gonzaga A. Filho (Rotulagem)

#### EDITORA

Liliam Benzi (Mtb 19.352) • [ldbcom@uol.com.br](mailto:ldbcom@uol.com.br)

#### REPORTAGEM

Daniela Dias • [daniela.dias.ferreira@gmail.com](mailto:daniela.dias.ferreira@gmail.com)

#### DIAGRAMAÇÃO

Triall Editorial Ltda • [triall@terra.com.br](mailto:triall@terra.com.br)

#### MARKETING / COMERCIAL / TRAFEGO PUBLICITÁRIO

Dirceu Darim – [oautoadesivo@abiea.org.br](mailto:oautoadesivo@abiea.org.br)  
Viviane Rafacho – [oautoadesivo@abiea.org.br](mailto:oautoadesivo@abiea.org.br)

#### IMPRESSÃO/TIRAGEM

Gráfica Vox Editora Ltda. - 5.000 exemplares

A revista O Auto-Adesivo é uma publicação bimestral da ABIEA (Associação Brasileira das Indústrias de Etiquetas Adesivas).  
A reprodução de qualquer matéria depende da aprovação prévia da entidade.  
Rua Maestro Cardim, 377 – 11.º andar – conjuntos 114  
São Paulo – SP – CEP 01323-000  
Fone/Fax (11) 3288-0508 / (11) 3284-7247  
e-mail: [oautoadesivo@abiea.org.br](mailto:oautoadesivo@abiea.org.br)  
site: [www.abiea.org.br](http://www.abiea.org.br)



### *O valor do suporte institucional em momento de crise*

Um alerta vermelho tem insistido em dar as caras para o nosso setor desde o início do ano. Sabíamos que 2015 não seria um ano fácil; só não imaginávamos que as complicações macro econômicas e o desenrolar dos acontecimentos políticos tomariam a dimensão atual. O setor de rótulos e etiquetas autoadesivas sofre e nos bastidores deste sofrimento se descortina – a meu ver e de boa parte dos especialistas - uma das mais profundas crises da história deste país.

Os três primeiros meses deste ano foram de retração não apenas para nosso setor, mas para a indústria gráfica Brasileira como um todo, acompanhando o movimento da economia nacional. No mesmo período que o PIB do País recuou 0,2% e a produção da indústria de transformação registrou queda de 7,9% em relação a igual trimestre do ano passado, o setor gráfico apresentou redução de 3,7%. Frente ao último trimestre de 2014, o recuo foi de 1,4% contra retração de 2,7% da indústria de transformação.

Estes dados da Abigraf, baseados na Pesquisa Industrial Mensal do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), só confirmam o que já sabíamos: precisamos reagir de forma rápida e, imediatamente, adequar nossos custos à realidade e demanda atuais. O encolhimento trouxe consigo a necessidade de ajustes.

Estatísticas do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados do Ministério do Trabalho e Emprego (Caged/MTE) indicam que, de Janeiro a Março, o setor gráfico desativou 2.078 vagas, um recuo de 2,7% em relação a igual período de 2014. Foi o maior corte desde 2009 e a região Sudeste respondeu sozinha por 76,5% dos postos eliminados (apenas em São Paulo foram cortadas 1.200 vagas).

Por conta deste cenário, que exige mais ação e menos lamentação, a **ABIEA** desencadeou uma série de produtos e serviços novos – como os Road Shows Regionais - e deu andamento a projetos já consolidados – como o Prêmio de Excelência. Afinal, é na crise que conhecemos o potencial da inovação; é na crise que redescobrimos o poder do conhecimento e é na crise que a urgência de contatos de valor se faz mais presente.

Estamos aqui para isso: ajudar nossos associados a passar por este período conturbado da forma menos penosa possível. Não poderemos evitar as perdas, mas com nosso suporte, as empresas certamente arrefecerão os impactos da crise nos negócios. Contem com a **ABIEA**. Não tenho dúvida que, juntos, passaremos por mais este desafio.



**Eduardo Chede**  
*Presidente (biênio 2014/2016)*

# Crise é mais grave para as empresas familiares

Neste momento em que a crise nacional envolve economia, política, negócios, moral e valores, no meio empresarial o maior desafio de ajuste e sobrevivência é o das empresas de controle e gestão familiar. A perenidade de uma empresa depende de como seus acionistas lidam com três fatores: valores, capital e gestão; cada um com seus próprios desafios. Valores devem ser cultivados e transmitidos e devem ser constantes; já capital e gestão devem ser adequados, estruturados, capacitados, profissionais e mutantes.

Aí começam os problemas. A empresa familiar tende a olhar os três fatores pelo espelho retrovisor da história, quando só o primeiro – valores – deveria ser objeto deste olhar. Os outros dois mudam em decorrência da tecnologia, do mercado, da concorrência, do custo do dinheiro, enfim, do andar da vida e do mundo.

Manter a estrutura de capital dessas empresas adequadamente sólida não é fácil. Com o tempo, a inexorável pulverização do capital dificulta o aporte de recursos pelos acionistas. Por outro lado, hábitos, visões antigas e barreiras culturais tendem a bloquear a alternativa de atração de novos acionistas externos.

Ajustar a gestão é outro campo minado. Requer visão e definições estratégicas e de objetivos, separação entre propriedade e gestão, consideração e avaliação de perfil e capacidade dos executivos, em uma realidade mutante, que pode

tornar obsoletos os profissionais, as estruturas organizacionais, o modus operandi, os produtos etc. Demanda ainda isenção, profissionalismo e determinação realística nas decisões; um somatório raro na cúpula das empresas familiares.

As inevitáveis sucessões de patrimônio, capital e de gestão, salvo quando feitas com a devida tecnicidade aplicável a esses temas, tendem a dispersar interesses e focos societários e empresariais, prejudicando ou até impedindo uma unicidade e afinidade estratégica e tática imprescindíveis em cenários de crise.

Isto torna necessária a separação entre família, propriedade e gestão – o tripé das empresas familiares. No almoço de domingo, se trata da gestão, cuja mau desempenho respinga na sociedade e no patrimônio, gerando desconfortos ou litígios que desestruturam a família e redundando num verdadeiro círculo vicioso da dor, cujo final é a dilapidação do patrimônio ou morte da empresa.

Em contrapartida, as empresas multinacionais e as profissionalizadas, que têm processos de sucessão definidos e consolidados, sofrem menos em uma crise. Elas não sofrem a interferência do fator emocional “família” e, por outro, nas dimensões societárias e de gestão, geralmente possuem mecanismos de ação e controle compatíveis com os princípios e práticas de Governança Corporativa, tais como Conselho, Comitês, Auditoria, Planejamento etc. O acesso a novos recursos, credití-

cios ou acionários, também é normalmente mais fácil.

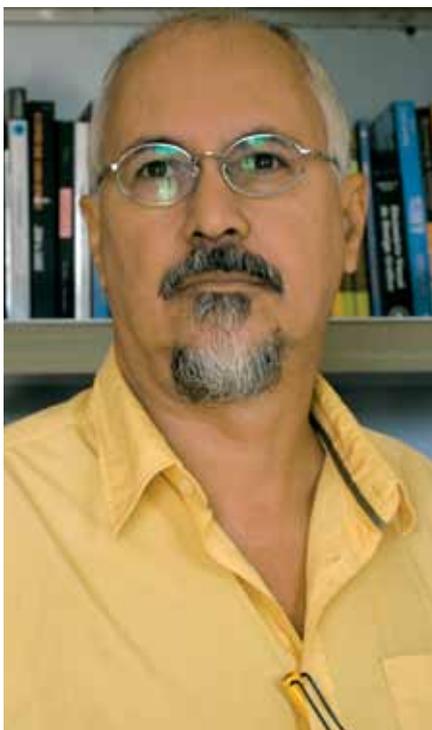
Já nas empresas públicas, a crise é, notoriamente, pouco levada a sério ou mesmo considerada, pois seus efeitos são pequenos ou nulos. Também não há efeitos sobre seus gestores ou sobre a entidade teórica, etérea e intangível, chamada Estado, que as abriga. Suas contas são repassadas aos verdadeiros, mas inconscientes acionistas, com pouca ou nenhuma capacidade de opinião, ação ou reação. Neste caso, estamos falando dos contribuintes e cidadãos.



Telmo Schoeler é fundador e Presidente da Strategos – Consultoria Empresarial e da Orchestra – Soluções Empresariais.

# Metodologia desmistifica inovação de embalagens e rótulos

*O ponto central é entender o ambiente da concorrência e qual o valor percebido pelo consumidor em determinada categoria de produto*



Com uma carreira dedicada exclusivamente ao universo das embalagens e marcada por uma vasta experiência como “criador” de embalagens vencedoras, Fabio Mestriner está mais do que apto a criar e propor uma metodologia de inovação para o setor. E foi isso que ele fez a partir de sua intensa atividade como Coordenador do Núcleo de Estudos da Embalagem da ESPM e autor de diversos livros. Nesta entrevista exclusiva, ele desvenda os “mistérios” da inovação e propõe uma mudança de paradigmas na qual inovar passa a ser uma ferramenta relativamente barata de diferenciação e uma estratégia de competitividade.

***O que é a metodologia de inovação que você criou? Descreva em detalhes.***

Inovar na embalagem e no rótulo é mais rápido, mais fácil e mais barato do que inovar no produto e, algumas vezes, inclusive mais eficiente para conquistar o consumidor. Juntar numa mesma embalagem uma novidade que a diferencie das demais que estão expostas ao seu lado e trazer nesta embalagem algum benefício

claramente percebido pelo consumidor, resulta numa combinação poderosa.

Temos dois componentes que, quando reunidos, promovem uma significativa melhora na competitividade do produto. A junção de **“uma inovação na categoria onde o produto concorre com um benefício que o consumidor percebe”** é o pilar que sustenta a nova metodologia de inovação na embalagem que desenvolvi no Núcleo de Estudos da Embalagem da ESPM.

Todo produto concorre numa categoria e toda categoria tem uma linguagem visual estabelecida, que determina o seu comportamento diante da concorrência. O método se baseia num estudo de campo “platinado” que ajuda a compreender claramente “diferente do que” a nova embalagem precisa ser. O passo seguinte consiste na realização de uma pesquisa exclusiva para se conhecer o valor que o consumidor percebe nas embalagens desta categoria.

Com base nestas duas informações é elaborada uma proposição de embalagem que precisa ser “diferente” das embalagens existentes na ca-



*“Ainda há dificuldade para convencer os empresários que inovação não é coisa da NASA.”*”

tegoria e que precisa trazer um valor perceptível/desejado pelo consumidor para este tipo de produto. É um método simples, mas com resultados comprovados.

#### **Como ela pode ser aplicada à indústria de rótulos e etiquetas autoadesivas?**

Esta metodologia já foi aplicada, com sucesso, na indústria de rótulos e etiquetas porque sua base distingue apenas a categoria em que o produto vai competir e não o tipo de embalagem, o material ou processo de fabricação.

#### **Como você analisa o comprometimento deste setor com inovação? Existem rótulos/etiquetas efetivamente inovadores?**

O setor de rótulos e etiquetas vem apresentando muitas inovações, pois tem recursos técnicos e materiais que permitem gerar diferenciação e valor percebido pelos consumidores.

Texturas, pigmentos de efeito, transparências, substratos e liners têm sido utilizados com esta finalidade regularmente. O que pode ser melhorado é o conhecimento sobre o consumidor; é preciso compreender melhor

como ele percebe valor nos rótulos de uma determinada categoria, pois esta percepção muda de uma categoria para outra.

#### **Como uma indústria deve proceder para implantar a sua metodologia?**

A metodologia vem sendo difundida em palestras, artigos e workshops e em breve será publicada em um livro. Na prática, eu diria que é preciso primeiro sensibilizar os gestores das empresas sobre a importância de inovar e isto pode ser feito em uma apresentação. Será a partir desta sensibilização que começaremos a construir uma cultura de inovação, tendo a metodologia como alicerce e diretriz.

#### **Quais os principais entraves?**

A maior dificuldade que tenho encontrado é a falta de cultura empresarial para inovação, mas também aprendi, a duras penas, que o principal requisito para inovar é ter coragem.

Se não houver na liderança da empresa alguém que assuma a responsabilidade e que tenha coragem de inovar, os projetos não serão lançados no mercado por melhores que sejam.

Já tivemos a oportunidade de colocar na mão de algumas empresas a conquista da liderança na categoria em que atuavam, mas elas não tiveram coragem de ir até o fim.

#### **Que setores você considera hoje que sejam genuinamente inovadores e devam ser tomados como inspiradores? Por quê?**

Alguns setores se destacam por conta das empresas que neles atuam. Contudo, gostaria de salientar que o setor de embalagem é um dos que tem a inovação por excelência. As empresas deste setor estão sempre em busca de algo que possa representar vantagem competitiva e quando uma delas obtém sucesso, acaba por obrigar as demais a seguirem na mesma direção para não ficarem para trás.

No Brasil, temos inúmeros casos de empresas e de embalagens inovadoras, soluções que ganharam prêmios internacionais, geraram patentes e obtiveram sucesso. O setor de embalagem, e por tabela de rótulos e etiquetas autoadesivas, é um daqueles em que o Brasil não está atrasado; temos nível internacional embora nem sempre isso seja reconhecido.

#### **Como lidar com a questão inovação X investimento especialmente em um ano de crise como o atual? Inovação implica em gastos?**

Costumo dizer que não podemos ficar assistindo à crise; precisamos olhar para dentro das nossas empresas e ver o que é possível fazer com os recursos que dispomos. O custo da embalagem já é um componente do custo total dos produtos, portanto é um recurso que as empresas têm dentro de casa e podem utilizar para melhorar o apelo de venda de seus produtos.

Pena que a maioria das empresas não perceba isso. A indústria de

rótulos e etiquetas precisa lembrar isso para os seus clientes. É possível apresentar novidades em uma categoria de produto e trazer benefícios percebidos pelos consumidores sem necessariamente aumentar os custos significativamente.

### *Como sensibilizar a cúpula das empresas sobre a necessidade de inovar?*

A inovação depende da cultura empresarial vigente na empresa. Inovar é escolher o caminho da prosperidade, pois sempre existirão aqueles capazes de fazer um pouquinho pior e um pouquinho mais barato, um ca-

minho que leva, inevitavelmente, à perda de valor e não à construção de algo melhor.

A inovação constroi valor para os produtos, marcas e empresas. Infelizmente, não sei bem porquê, ainda temos dificuldade para convencer os empresários que inovação não é coisa da NASA; ela pode estar presente e ser desenvolvida em qualquer empresa que adote um método e se disponha a aplicá-lo.

### *Como informar para o mercado que a inovação faz parte da cultura empresarial e permeia o produto a, b ou c?*

Hoje é mais fácil perceber que a redução de custos está chegando num limite perigoso e que este caminho já não é visto como a única saída. Quando se percebe que não se pode ter como estratégia a redução dos custos indefinidamente, passa-se a buscar outras alternativas, e é neste momento que a inovação surge como algo que merece atenção.

Eu sinto que os empresários estão mais dispostos a considerar esta alternativa e que a inovação tem tudo para trazer soluções que ajudem as empresas a atravessar este período difícil da nossa economia. ▲



**ARMOR Brasil**  
MAKING THERMAL TRANSFER EASIER

**ARMOR, líder mundial em Ribbon de Transferência Térmica, com fábrica no Brasil**

Beneficie-se da expertise da ARMOR:  
Uma linha completa de produtos de alto padrão, com um excelente nível de serviço ao seu alcance.

[www.armor-tt.com](http://www.armor-tt.com)  
contato: +55 11 4314-1511 - [armor-brasil@armor-group.com](mailto:armor-brasil@armor-group.com)

# CURSOS LIVRES

FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA

Meio oficial flexográfico banda estreita *	80h	R\$ 1.064,00 *
Impressor flexográfico banda estreita *	160h	R\$ 2.290,00 *
Pré-impressão digital para flexografia *	32h	R\$ 780,00 **
Preparação de tintas líquidas *	20h	R\$ 232,00 **
Problemas causas Soluções em flexo banda estreita *	20h	R\$ 380,00 **
Colorimetria aplicada aos processos gráficos *	32h	R\$ 510,00 **
Orçamento de serviços gráficos *	40h	R\$ 468,00 **
PCP - Planejamento e controle da produção *	32h	R\$ 350,00 **

Informe-se sobre descontos para associados da ABIEA

\* Consulte os requisitos e disponibilidade de vagas e cursos  
\*\* Valores sujeito a alteração sem aviso prévio

Curso superior

Pós-graduação

Para saber mais ou conhecer os demais cursos da escola, entre em contato:



[www.grafica.sp.senai.br](http://www.grafica.sp.senai.br)

(11) 2797-6333

[atendimento114@sp.senai.br](mailto:atendimento114@sp.senai.br)

[www.facebook.com/senaigrafica](http://www.facebook.com/senaigrafica)

Rua Bresser, 2315 - Mooca - São Paulo - SP - 03162-030

# Apolo vê futuro promissor para o setor de rótulos e etiquetas

*A decisão é uma saída para a mudança profunda nos setores editorial e promocional.*

Dois anos de pesquisa e uma observação minuciosa das tendências de mercado levaram a Apolo Sistemas Gráficos, já conhecida por sua atuação há 28 anos na indústria gráfica, a investir em um novo segmento. Agora, ela passa a atuar na Divisão de Equipamentos para Etiquetas e Rótulos. Serão comercializadas impressoras banda estreita com tecnologias flexo, offset, letterpress e digital, para grandes e pequenas tiragens.

A escolha acontece por múltiplos fatores. Por um lado, a revolução nas telecomunicações, o amplo acesso à internet e a consolidação do hábito do uso computadores, tablets e outros meios digitais vem provocando uma mudança profunda nos setores editoriais e promocionais. Imprime-se menos, o que leva a uma consequente retração desse nicho.

O resultado é uma migração em massa para esse outro segmento, que mantém sua curva de crescimento e exige dos convertedores cada vez mais opções que assegurem qualidade, preço e diferencial dos seus produtos. “O mercado de rótulos não é afetado pela proliferação de meios digitais de comunicação. Enquanto houver consumo, haverá rótulo. E cada vez mais perso-

nalizado, sazonalizado e até mesmo localizado”, explica Michel Guttmann-Serwaczak, Diretor Presidente da Apolo.

A novidade vem atender a esse convertedor que deseja – e precisa – ser competitivo. E o desafio é fazê-lo enxergar as diferentes necessidades dos seus clientes nos tempos atuais e considerando suas particularidades. “O consumidor do Sul precisa ser abordado de maneira diferente daquele do Norte. Com isto, as tiragens são reduzidas em quantidade, mas multiplicadas em variedade. Para fidelizar um cliente a palavra é: serviço”, analisa Serwaczak.

Há também uma preocupação em proporcionar maior otimização de materiais, em especial em tempos de crise. É preciso oferecer soluções para produzir elementos diferenciados, com melhor relação custo-benefício, e que atendam às necessidades específicas tanto do médio quanto do pequeno empresário. “Assim como na Europa e nos Estados Unidos, os convertedores Brasileiros precisam de tiragens curtas, com qualidade, entrega rápida e a redução do custo de produção. Nossa linha de impressoras de banda estreita, atende aos anseios dos convertedores pequenos e médios. Já os de grande porte utilizam as tecnologias offset e letterpress

e mini rotativas ou intermitentes. Combinada com flexo e rotogravura, elas atendem a quem precisa de alta performance e valor agregado, pois trabalham com margens cada vez mais apertadas e alto nível de exigência.” explica.

Outro ponto que não poderia ficar de lado é a relevância que, nos últimos anos, vem sendo dada aos rótulos como instrumento de venda – fator Internacionalmente reconhecido como fundamental na decisão de compra. Esta realidade vem, pouco a pouco, influenciando os empresários Brasileiros a considerarem que, além de preço competitivo, é necessário estar atento à finalidade de um determinado rótulo e à experiência vivenciada pelo consumidor no seu primeiro contato com ele. “A qualidade e a diferenciação são elementos cada vez mais valorizados”, diz Serwaczak.

Quanto ao futuro, o diretor está otimista. “Se deixarmos o curto prazo de lado, afinal está tudo muito turbulento, você verá que há muito mercado a ser conquistado no setor de rótulos e etiquetas. As embalagens não são substituíveis e sempre estão se renovando para atender às necessidades do consumidor. Há ainda muito potencial a ser explorado”, afirma.

## Breve histórico

Tudo começou em 1987, na cidade de São Paulo, quando Michel Guttmann Serwaczak resolveu aproveitar sua experiência no setor gráfico e tornar-se um empreendedor. Foi quando deu o primeiro passo na criação da Apolo.

Desde o começo, a ideia era fornecer soluções para a indústria gráfica, mas com o tempo o negócio começou a crescer. A empresa passou a participar de feiras e eventos, contratar funcionários, expandir o escritório, ampliar o portfólio e a receber uma boa receptividade do mercado.

28 anos depois, com cerca de 40 funcionários e 2.500 m<sup>2</sup> de estrutura, localizada na cidade Cotia (SP) – escolhida pelo fácil acesso ao interior e à capital do estado – a empresa tem uma reputação consolidada e aposta no mercado de autoadesivos. Entre seus fornecedores parceiros figuram nomes como EFI, Xerox, Multitec, Sakurai, Trojanlabel, CRON, Duplo, Glunz& Jensen, Smyth, OKI e Watkiss.



**WACKER**

CREATING TOMORROW'S SOLUTIONS

VAMOS FAZER A  
COMBINAÇÃO PERFEITA

DEHESIVE®

O revestimento perfeito para papéis e filmes é resultante da mistura perfeita. A WACKER SILICONES possibilita isso. Nossa parceria lhe proporciona a vantagem de trabalhar com um líder de mercado global que aperfeiçoa seus produtos e processos em todos os níveis. A combinação do conhecimento técnico da WACKER com os produtos da linha DEHESIVE® ajuda a simplificar seus processos e custos. Aumente sua competitividade através do nosso fornecimento global e tire vantagem da nossa liderança em serviços técnicos, como também do nosso exclusivo Coater Piloto. Juntos poderemos conduzir seu negócio para um nível superior. Vamos fazer a combinação perfeita!

Wacker Química do Brasil Ltda, Tel: +55 11 4789-8300, [info.brazil@wacker.com](mailto:info.brazil@wacker.com)



## Novo foco para um Brasil melhor

As leis que regulam as relações de trabalho no Brasil estão desfocadas da realidade social atual. A flexibilização das leis trabalhistas é algo inevitável e que acarretará na melhoria das relações de trabalho, permitindo outros tipos de contratação mais flexíveis, que ampliem a liberdade de escolha tanto das empresas quanto dos empregados. O foco sairá do emprego e focará na qualidade de vida de todos.

Hoje as relações de trabalho são regidas primordialmente pela Consolidação das Leis do Trabalho – CLT. Instrumento legislativo instituído há quase um século, em 1943. Uma época em que o País caminhava com os resquícios do trabalho escravo.

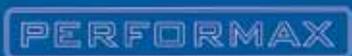
Naquele período a carga horária de trabalho era elevada (a primeira lei de trabalho na Inglaterra fixava a jornada máxima do trabalho infantil em

12 horas) e as condições de saúde do trabalho eram muito precárias. As máquinas utilizadas na produção eram experimentais, o que provocava vários acidentes de trabalho. Os trabalhadores não possuíam equipamentos de segurança e sofriam constantes mutilações, sem qualquer auxílio por parte dos patrões ou do Estado.

Somando-se a esses aspectos, àquela época, o conflito entre capi-

### MLC um passo à frente. Sempre.

Conheça mais um lançamento MLC:

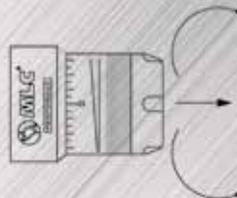


O Performax é um dispositivo de extrema precisão para regulagem da altura de corte independentemente da espessura e do substrato a ser cortado. Regulagem micrométrica para obtenção do máximo de desempenho do conjunto de corte, reduzindo paradas de máquina e garantindo alta performance de trabalho.



#### Entenda o Performax:

**AJUSTE NO SENTIDO HORÁRIO:**  
O SISTEMA ELEVA A ALTURA DE SEU APOIO AFASTANDO O FIO DE CORTE EM RELAÇÃO AO CORPO CENTRAL DO CONTRA FACA



**AJUSTE NO SENTIDO ANTI-HORÁRIO:**  
O SISTEMA DIMINUI A ALTURA DE SEU APOIO APROXIMANDO O FIO DE CORTE EM RELAÇÃO AO CORPO CENTRAL DO CONTRA FACA



[www.mlc.com.br](http://www.mlc.com.br)

MLC-SUL: R. Almirante Tamandaré, 27, Canoas - RS  
Telefone: 51 3032-3403 | Fax: 51 3477-6809

MLC-SP: Rua Antônia Tereza de Paula Matias, 161 São Paulo - SP  
Telefone: 11 2623-1500 | Nextel: 55\*18295\*4 | Fax: 11 2621-8453



tal e o trabalho era visto como uma das principais causas dos desajustes sociais e econômicos que deram origem a primeira guerra mundial. Tanto que após esse conflito, no Tratado de Versalhes, foi instituída a criação da Organização Internacional de Trabalho (OIT), impulsionando a criação de um Direito do Trabalho mundial, visando a proteção do trabalhador.

Apesar de passados quase 100 anos, o debate sobre a flexibilização das leis trabalhistas surge com a mesma dicotomia que instituiu a CLT: de um lado a ideia de que os empresários não são confiáveis e sempre tentarão prejudicar o trabalhador e de outro o Estado, que deve proteger quem trabalha de quem explora sua mão de obra.

Polarizar a discussão, como ocorreu na década de 40, é um erro, pois institui um dualismo perverso ao defender a CLT como o bem e qualquer flexibilização nas leis como mal, ou vice-versa, jogando uma nuvem sobre os benefícios ou malefícios dessas mudanças.

Uma coisa é certa, a rigidez da legislação trabalhista prejudica tanto o empregador como empregado. Veja-se o exemplo do FGTS. A legislação obriga que o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, que corresponde a aproximadamente um salário por ano do trabalhador, seja depositado em uma conta controlada pelo governo federal. Contudo, essa conta rendeu 115% a menos que a inflação de 2.000 para cá, o que representa um terço a menos no poder de compra dos trabalhadores. Assim, o governo pega emprestado dinheiro do trabalhador e lhe devolve menos que seria devido.

Para fugir dessa realidade, muitos trabalhadores exercem suas funções na informalidade. E surge um contrasenso: o excesso de proteção da legislação trabalhista acaba justamente aumentando a fatia de trabalhadores que não conta com proteção nenhu-

ma. Foi o que constatou um estudo do Banco Mundial, comparando regulamentação em 175 economias, neste sentido: <http://www.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB07-FullReport.pdf>.

Segundo esse estudo, as economias que aplicam legislações trabalhistas mais flexíveis são aquelas que criam mais condições de empregabilidade no setor formal, bem como facilitam a recuperação de um emprego perdido. Entre os países que menos regulamentam o trabalho foram citados: Estados Unidos, Austrália, Canadá e Singapura.

Diferente desses países, a função social da empresa no Brasil esbarra na qualidade de vida dos seus emprega-

dos, pois não adianta preservar o emprego de um cidadão que não possui educação e sistema de saúde de qualidade, lazer, dentre outros. Enquanto o foco estiver na empresa existirá a luta de classes entre patrões e empregados da década de 40 e continuará sem solução o principal: vivermos em um País melhor.

*\* Marcelo Fonseca Boaventura é mestre em Direito pela PUC/SP, conselheiro julgador do Conselho Municipal de Tributos de São Paulo, professor universitário, advogado sócio da Fonseca & Boaventura Advogados e consultor jurídico da ABIEA. [boaventura@fboaventura.com.br](mailto:boaventura@fboaventura.com.br)*

## SURPREENDA-SE, USE CONSULTFLEX !!

**SOMOS FABRICANTES DE  
TINTAS, ADITIVOS E VERNIZES  
FLEXOGRÁFICOS A BASE DE  
ÁGUA, SOLVENTE E UV  
PARA IMPRESSÃO DE  
ETIQUETAS E RÓTULOS**



**TEMOS UM GRUPO NO FACEBOOK  
E NO WHATSAPP CHAMADO  
"FLEXO BANDA ESTREITA"  
VENHA FAZER PARTE !!!**

**consultFLEX**  
TINTAS FLEXOGRÁFICAS

E-MAIL: [CONSULTFLEX@GMAIL.COM](mailto:CONSULTFLEX@GMAIL.COM)

WHATSAPP (11) 97118-9077 | NEXTEL ID: 35\*18\*22560





# Da etiqueta ao rótulo: um sonho que não para de crescer

*Apostando na qualidade de produtos e serviços, a MemoArt mantém uma trajetória firme e de crescimento sustentado.*

Em 1999 e a história da MemoArt Etiquetas e Adesivos começou no porão da casa de um amigo, quando Fernando Bertalo e seu ex-sócio, decidiram deixar seus trabalhos e investir na conversão de etiquetas. O primeiro vinha de uma transportadora e o segundo havia passado por uma empresa do setor gráfico na qual descobriu todo o potencial dos autoadesivos.

Com uma impressora modelo 120 de três cores, passaram a tocar o negócio e a oferecer seus serviços – o mercado era bem promissor e em pouco tempo já puderam alugar um salão mais apropriado. O espaço também ficou pequeno. Foram então para Campo Limpo Paulista – estrategicamente localizada entre Campinas e Caieras – que oferecia mais comodidade, menos concorrência à época e bastante oportunidade de expansão junto aos empresários locais. E tudo isso aconteceu há oito anos. O espaço de 500 m<sup>2</sup> se mostrou mais do que apropriado para a atividade. Com o tempo, conquistaram clientes de todos os segmentos, também em outras praças, e passaram a atender a todo o estado, além de algumas cidades mineiras.

No decorrer dos anos, Bertalo foi o que mais se encantou pelo ramo, tanto que quando seu amigo resolveu alçar voos em outro segmento, comprou sua parte na MemoArte, investiu sozinho na empreitada e focou em etiquetas comerciais e industriais, além de trabalhos personalizados sob demanda.

Atualmente, atua com um enxuto e eficiente quadro de 18 funcionários. Oferece à sua carteira de clientes produtos com diferentes substratos como BOPP, couchê térmico, papel cartão, void, laminado, transtérmico, nylon, poliéster, vinil, entre outros. Entre os equipamentos, conta como uma impressora central de seis cores, duas troqueladoras, três rebobinadoras e uma modular com 8 cores mais UV.

Esta última, aliás, adquirida há dois anos, vem apoiar uma mudança importante nos planos da empresa: a entrada no segmento de rótulos. “O mercado de etiquetas está muito concorrido, acreditamos que podemos travar uma disputa mais saudável neste novo nicho e que ainda há espaço para crescer, em especial no segmento de bebidas”, afirma Bertalo.

Mostrar para o cliente a nova vocação – em momentos de crise política e

econômica em que a busca por preço muitas vezes suplanta outros fatores – tem sido uma tarefa árdua, mas promissora, que envolve paciência, determinação e treinamento da equipe de vendas. “Procuramos o cliente com soluções propostas por nossa Área de Desenvolvimento; sugerimos layouts e mostramos as vantagens da impressão UV2”, explica o Diretor.

Quanto à crise, segundo Bertalo, são tempos de semanas repletas de trabalhos, seguidas por outras mais vazias e com uma procura exagerada por preço menor. Diante do quadro, também é preciso saber negociar e evitar uma corrida desenfreada para atender a pedidos que eventualmente sacrifiquem a qualidade da produção ou prejudiquem o negócio. “O segredo é acompanhar o mercado e não entrar na briga da concorrência, mostrando para o cliente o valor da prestação de serviços. Todo mundo quer inicialmente atender a pedidos urgentes. Tem que mostrar que quem requer qualidade e agilidade no atendimento vai ter custo”, pondera.

Essa postura está alinhada a uma das preocupações da MemoArt: ser reconhecida justamente pela qualidade



## Sobre a MemoArt:

- Área: 500 m<sup>2</sup>
- Funcionários: 18
- Localização: Campo Limpo Paulista (SP)
- Produtos: rótulos para os mais diversos segmentos como brinquedos, bandejas, alimentos, bebidas, além de cosméticos e produtos de higiene pessoal.

e prazo de entrega. Motivo pelo qual, inclusive, iniciaram procedimentos para a obtenção de certificado de qualidade ISO 9001.

No mais, é seguir realizando pesquisas, treinando a equipe e procurando soluções. Ainda que o novo foco sejam os rótulos, as etiquetas conti-

nuarão com força total, sem deixar de atentar às necessidades de modernidade e inovação, cada vez mais exigidas pela clientela.



29 Sept - 2 Oct • Brussels  
**LABELXPO**  
 EUROPE 2015  
[www.labelexpo-europe.com](http://www.labelexpo-europe.com)

A qualidade dos nossos parceiros já garante o sucesso e excelência dos nossos programas.



**KARLVILLE**  
 BEYOND CONVERTING



TEMOS PROGRAMAS COM  
 E SEM VISITAS TÉCNICAS

Consulte nossos  
**Pacotes**

Tel: (11) 2682-2304  
 Cel.: (11) 98135-9107  
[www.castelviagens.com.br](http://www.castelviagens.com.br)  
[daniella@castelviagens.com.br](mailto:daniella@castelviagens.com.br)



# A transição do funcionário CLT para PJ

Com as atuais mudanças nas relações de trabalho, muitos profissionais que antes eram contratados em regime CLT estão aceitando a possibilidade de trabalharem como pessoa jurídica (PJ).

Além disso, existem também aqueles trabalhadores que decidem empreender em pequenos negócios e passam a ter que se preocupar com as obrigações de ter uma micro ou pequena empresa.

Segundo dados do Empresômetro MPE, plataforma desenvolvida pelo Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário (IBPT), o número de micro e pequenas empresas no Brasil mais que dobrou entre 2007 e novembro de 2014, totalizando 12.470.015. Esse índice representa 84,9% de todas as companhias registradas no país até o período.

Nesse momento de mudanças, é comum surgirem muitas dúvidas sobre os benefícios, deveres e precauções de um PJ. O 13º salário, por exemplo, além das férias e o fundo de garantia pelo tempo de serviço geralmente são abolidos nessas condições de trabalho. Contudo, algumas companhias procuram manter alguns desses itens. Cabe ao empregado verificar se o salário suprirá a ausência de todos esses benefícios.

Dora Ramos que é especialista em contabilidade e controladoria. Fundadora e diretora responsável pela Fharos Contabilidade & Gestão Empresarial ([www.fharos.com.br](http://www.fharos.com.br)). Ela atua no mercado contábil-administrativo há 24 anos

Outro fator que deve ser avaliado é a questão da contribuição para a Previdência Social que traz benefícios como a aposentadoria por idade, por tempo de contribuição, por invalidez, auxílio doença, salário maternidade, pensão por morte, entre outros.

Além disso, para abrir uma empresa, é necessário contratar o contador que ficará responsável pelos formu-

lários, entrega da declaração do Imposto de Renda da companhia e da pessoa física, entre outras obrigações. Esses são alguns dos detalhes que um funcionário, ao virar PJ, deve começar a se preocupar. Não é impossível realizar essa transição, mas é necessário estar ciente de cada ponto burocrático para não enfrentar problemas no futuro.





# Informe Publicitário



A LABEL LATINOAMERICA, em sua 7ª edição promete surpreender o público visitante com muitas novidades para o setor.

A união do setor e confiança depositada em nós para fazermos desta feira um marco na sua trajetória, foi fundamental para que pudéssemos promover um evento de projeção internacional. Os desafios presentes da economia faz com que busquemos constantemente caminhos e esforços para que superemos as dificuldades com criatividade, união e comprometimento em buscar a excelência em nosso trabalho. Desejo que todos colham os frutos desta oportunidade única, de estar em contato direto com seus parceiros de negócios.

**Luis Augusto de Alcantara Machado**  
Diretor AM3 Feiras e Promoções Ltda



Pro Magno – Centro de Eventos

# EXPOSI

## ALL PRODUCTS

**D.ALBANO IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO ME**  
[www.compactmaquinas.com.br](http://www.compactmaquinas.com.br)

## ALPHA CLICHERIA

[www.alphaclicheria.com.br](http://www.alphaclicheria.com.br)

**Produtos:** chapas de fotopolímero digital. – chapas de fotopolímero com tecnologia HD. – chapas de fotopolímero com tecnologia NX. – prova contratual digital (GMG). – prova contratual flexo.

## ALTERNATIVA FLEXO

[www.alternativaflexo.com.br](http://www.alternativaflexo.com.br)

**Produtos:** AcquaSolve: Lavadora automática de clichês; SwedCut: Lâminas de alta performance DoctorBlade importadas da Swedev; LaserPoint II: Filme ablativo, para gravadoras digitais; Flexostar – Grava clichês a laser diretamente do PC. Chapas de Fotopolímeros; Acessórios flexográficos; Facas; Fitas adesivas; Lâminas; Lavadoras alta pressão; máquinas flexográficas; Solução de limpeza.

## APEX LATIN AMERICA INDÚSTRIA DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS LTDA.

[www.apex-grupofcompanies.com](http://www.apex-grupofcompanies.com)

Serviços cilindros e camisas anilox gravados a laser em todas as gravações disponíveis no mercado e a exclusiva gravação patenteada GTT

## APOLO SISTEMAS GRÁFICOS

[www.apolo.com.br](http://www.apolo.com.br)

## ARCONVERT BRASIL LTDA

[www.arconvert.com.br](http://www.arconvert.com.br)

**Produtos:** Coated White, Pharma, Coloured & Fluor, Thermal, LamFoil, OPP, Squeezable, ThermalTransfer, Uncoated & Laser, Vynil, Digital, Materiais de Segurança, Enologia e Gourmet.

## BREMEN SISTEMAS E SERVIÇOS LTDA. EPP

[www.bremen.com.br](http://www.bremen.com.br)

**Produtos:** Wingraph EX: Possui estrutura flexível, leve, rápida e eficiente, capaz de se adaptar rapidamente ao mercado. Ele está pronto para atender, micro, pequenas, médias e grandes gráficas, tornando a vida do empresário gráfico muito mais simples e segura; Cursos; Softwares; Treinamento.

## BST LATINA

[www.bstlatina.com](http://www.bstlatina.com)

## COMPRINT

[www.comprint.com.br](http://www.comprint.com.br)

## CONSULTFLEX

RAFAEL RIBAS-ME

[www.consultflex.com.br](http://www.consultflex.com.br)

**Produtos:** tintas flexo água, tintas flexo solvente, flexo UV, tinta de alta performance verniz UV flexo, vernizes UV flexo.

## CORAS DO BRASIL

[www.coras.com.br](http://www.coras.com.br)

## CROWN DO BRASIL

[www.crowndobrasil.com.br](http://www.crowndobrasil.com.br)

**Produtos:** Películas de ColdStamping, Hot Stamping, CastingFilm e Hologramas de Segurança.

## ETIRAMA INDÚSTRIA DE MÁQUINAS LTDA.

[www.etirama.com.br](http://www.etirama.com.br)

**Produtos:** Impressora flexográfica modular e tambor central; Troqueladora e Revisora; Acessórios; Acessórios flexográficos; confeccionadora de rótulos; máquinas flexográficas.

## FLEXOGRAV

POLIBRÁS POLÍMEROS DO BRASIL ERILI

[www.flexograv.com.br](http://www.flexograv.com.br)

**Produtos:** Gravação de CLICHÊS em Full HD para banda Estreita; Acessórios flexográficos; Assistência técnica; Consultoria; Impressora flexográfica de tambor central; Impressora flexográfica modular; Lâminas; Lâmpadas UV; máquinas flexográficas; Sistema de Secagem UV; Solução de limpeza; Solventes; Tintas; Verniz UV.

## GLOBAL INKS IND. E COM. DE TINTAS LTDA.

[www.globalinks.com.br](http://www.globalinks.com.br)

**Produtos:** Tinta flexografia UV : UVFLEX, pronta para uso com alta concentração de pigmento oferecendo alta cobertura e alto brilho permitindo imprimir rótulos mais vivos. Vernizes térmico, Cold Bond, luminescente.. Tintas ACQUAFLEX universal papel e plástico; Solução de limpeza; Solventes; Tintas; Verniz UV.

## GOLDEN FIX SISTEMAS DE FIXAÇÃO LTDA.

[www.goldenfix.com.br](http://www.goldenfix.com.br)

**Produtos:** Acessórios; Acessórios flexográficos; Carrinhos automáticos; Eixos expansivos pneumáticos; Empilhadeiras manuais; Facas; Sistemas de cortes; Sistemas de transporte de produtos.

## GPG –GUIA DO PROFISSIONAL GRÁFICO

[www.gpg.com.br](http://www.gpg.com.br)

## GRUPO FURNAX

[www.furnax.com.br](http://www.furnax.com.br)

**Produtos:** Assistência técnica; cortadeira; Esteiras transportadoras; Fechadoras de caixas; Fitas adesivas; Fitas de polipropileno; Fornos; Impressora flexográfica de tambor central; Impressoras; Injeção termo plástico; Injetoras; Máquinas automáticas de

corte e vinco; Máquinas para empacotamento automático; Mesas vibratórias; Paletizadores; Sistema de Secagem UV; Sistemas de cortes; Sistemas de transporte de produtos; Verniz UV.

## KROMIA LABEL

[www.kromiainternacional.com](http://www.kromiainternacional.com)

**Produtos:** impressoras modulares, Aplicadora de Primer digital 10" e 13", Modular KROMIA ICE com UV Refrigerada; Acessórios; Alinhadores; Assistência técnica; Controladores de tensão; Controladores lógicos programáveis (CLP); Cursos; Etiquetas; Impressora flexográfica modular; Lâminas; Lâmpadas UV; Maletas especiais; Porta clichês; Rótulos em Geral; Sistema de Secagem UV; Tintas.

## LANIN COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES LTDA.

[www.lanin.com.br](http://www.lanin.com.br)

**Produtos:** sistemas por cura ultravioleta; acessórios e insumos como lâmpadas, refletores e outros elementos; ; Lâmpadas UV; Sistema de Secagem UV.

## LASERFLEX SOLUÇÕES PARA FLEXOGRAFIA LASERFLEX MATRIZES GRÁFICAS LTDA.

[www.laserflex.com.br](http://www.laserflex.com.br)

**Produtos:** Cilindros e camisas cerâmicos com gravação a laser tecnologia FiberMulti-BeamAnilox. Camisas de impressão revestidas com elastômeros de alta resistência a tintas e solventes. Produtos de Limpeza Flexoclean; Acessórios; Acessórios flexográficos; Acessórios para impressões; Cilindros.

## METALFLEXO INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE FERRAMENTAS PARA FLEXOGRAFIA LTDA.

[www.metalflexo.com.br](http://www.metalflexo.com.br)

**Produtos:** Facas rotativas, cilindros porta clichês, contra facas e engrenagens. Ferramentas desenvolvidas de acordo com a necessidade do cliente, com as melhores opções de aço, tratamento térmico, que resultam em alto rendimento para o cliente; Cilindros; Facas.

## MLC FACAS DE PRECISÃO

[www.mlc.com.br](http://www.mlc.com.br)

**Produtos:** Facas Sólidas e Flexíveis, Contra Faca, Cilindro Magnético, Hot StampingCilindrico e Plano, Cilindro Porta Clichê, Manômetro para Controle de Pressão de Corte, Engrenagens e Performax Ajuste Fino para Altura de Corte.

## MS INSTRUMENTOS INDUSTRIAIS LTDA.

[www.msinstrumentos.com.br](http://www.msinstrumentos.com.br)

**Produtos:** Controladores de peso; Controladores dinâmicos de peso.

# T O R R E S

## MZ MÁQUINAS

[www.mzmaquinas.com.br](http://www.mzmaquinas.com.br)

**Produtos:** impressoras para produção de rótulos e embalagens flexíveis; máquinas para acabamento de rótulos e embalagens flexíveis; sistemas de inspeção eletrônicos; Impressoras; máquinas flexográficas; rebobinadeira; Sistemas de cortes; Sistemas de Visão.

## NATHALGRAF

[www.nathalgraf.com.br](http://www.nathalgraf.com.br)

**Produtos:** Tintas e vernizes base de Água, solvente, UV e desenvolvimentos especiais. Fita dupla-face, laminas raspadoras, escovas de aço e latão. Primer Top Coat e tudo associado a banda estreita, em relação a tintas e desenvolvimentos; Acessórios flexográficos; Acessórios para impressões.

## NILPETER

[www.nilpeter.com](http://www.nilpeter.com)

**Produtos:** impressora flexográfica e offset banda estreita, revisoras, sistema de inspeção automática, máquinas aplicação hot stamping/meio corte plano, sistema de conversão termoencolhível, máquinas confecção stand up pouches, impressora offset semi rotativa, máquina para RFID; Acessórios; Acessórios flexográficos; Assistência técnica; Cilindros; Impressora flexografica modular; Manutencao; máquinas flexográficas; Máquinas para embalagens; Peças de Reposição; rebobinadeira paralela; revisora; Soldadoras.

## OPEN BRASIL COMÉRCIO IMPORTAÇÃO REPRESENTAÇÃO LTDA.

[www.openmaquinas.com.br](http://www.openmaquinas.com.br)

**Produtos:** WQM-320G – maq. plana para acabamento de rótulos DK-320 e EM-320 – revisoras/rebobinadoras de rótulos e etiquetas ZM-320 – maq. com sistema semirrotativo para acabamento de rótulos ZX-320 – impressora offset UV semirrotativa bobina a bobina; CORTADEIRA DE RÓTULOS; Cortadoras de tubos; Cortadoras rebobinadoras; Impressora flexografica de tambor central; Impressora flexografica modular; Impressoras; Máquinas automáticas de corte e vinco; máquinas flexográficas; Máquinas rotuladoras; Montadora de clichês eletrônica; Montadora de Clichês Mecânica; rebobinadeira; rebobinadeira paralela e tangencial; revisora; Rotuladoras; Troqueladora.

## POLISUL INDÚSTRIA DE MÁQUINAS LTDA.

[www.polisul.ind.br](http://www.polisul.ind.br)

**Produtos:** confeccionadeira de rótulos, cortadeira de rótulos; Etiquetas; fechadora de rótulos;

Máquinas automáticas de corte e vinco; Máquinas de corte e solda; rebobinadeira; revisora;

## PRAXAIR

[www.praxair.com](http://www.praxair.com)

## PROJETO PACK

[www.projtopack.com](http://www.projtopack.com)

## PUBLICAÇÃO DO SETOR

**ABIEA** – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE ETIQUETAS ADESIVAS

[www.abiea.org.br](http://www.abiea.org.br)

Entidade do setor

## RE LATINA ACESSÓRIOS PARA MÁQUINAS DE ESTAMPA E CONVERSÃO LTDA.

[www.re-latina.com.br](http://www.re-latina.com.br)

**Produtos:** freios pneumáticos, freios eleflex, sistemas de alinhamentos, células de carga, controladores de tensão, mancais de troca rápida, entre outros; Alinhadores; Controladores de tensão; Eixos expansivos pneumáticos; Freios; Sensores indutivos; Sistemas de controle inteligente; Sistemas de Visão.

## REINAFLEX

[www.reinaflexmaquinas.com.br](http://www.reinaflexmaquinas.com.br)

## RESINO FLEXO ACCESSORY

[www.resino.com.br](http://www.resino.com.br)

**Produtos:** Facas Rotativas para etiquetas, rótulos e lacres de segurança. Facas para cortes especiais e descartáveis. Cilindros porta clichês. Cilindros Hot-stamping. Engrenagens dentes retos e helicoidais; Acessórios flexográficos; Cilindros; Facas; Porta clichês.

## ROTOMETRICS

[www.rotometrics.com](http://www.rotometrics.com)

## SPG PRINTS BRASIL LTDA

[www.spgprints.com.br](http://www.spgprints.com.br)

## SUN CHEMICAL

[www.sunchemical.com/brazil](http://www.sunchemical.com/brazil)

## T&T MASTER EQUIPAMENTOS LTDA

[www.ttmaster.com.br](http://www.ttmaster.com.br)

## TOYO INK

[www.toyoink.com.br](http://www.toyoink.com.br)

## TRADE PRINT REPRESENTAÇÃO COMERCIAL LTDA.

[www.tradeprint.com.br](http://www.tradeprint.com.br)

**Produtos:** máquinas para acabamento der rótulos com corte a laser, hot stamping, silk scree; Acessórios flexográficos; Adesivos para coextrusão; Aplicadores

de adesivos líquidos; cortadeira; CORTADEIRA DE RÓTULOS; Cortadoras Longitudinais; Etiketadoras; Filmes PVC encolhíveis; Fitas adesivas; Impressoras; Lâmpadas UV; Máquinas rotuladoras; Rotuladoras; Rótulos encolhíveis; Sistema de Secagem UV; Sistemas de etiquetagem para adesivos.

## TRIFLEX ASSISTÊNCIA TÉCNICA DE MÁQUINAS LTDA – ME

[www.triflexmaquinasgraficas.com.br](http://www.triflexmaquinasgraficas.com.br)

**Produtos:** Maquinas de limpeza de clichês e anilox Conjunto de tensionamento com Servo Motor Esteira de corte em folhas NR 12 (sistema de segurança) Flexográfica Peças de reposição Detergente de Biodegradável para limpeza de anilox Controle de temperatura; Acessórios; Acessórios flexográficos; Acessórios para impressões; Alinhadores; Assistência técnica; Controladores de temperatura; Controladores de tensão; Freios; Impressora flexografica de tambor central; Impressora flexografica modular; Impressoras; Interface homem-máquina-IHM; Manutenção; máquinas flexográficas; Projetos de Automação; Registro de cores; Troqueladora; Usinagem em geral.

## UV TECH FORNOS LTDA. EPP

Rua Anuar Dequech,350 Galpão 02 Sala 01

[www.uvtechbrasil.com.br](http://www.uvtechbrasil.com.br)

**Produtos:** Fornos; Lâmpadas UV; Sistema de Secagem UV.

## VEMAX MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS LTDA.

[www.vemax.com.br](http://www.vemax.com.br)

**Produtos:** máquinas rebobinadeiras, cortadeiras, revisoras, bem como acessórios, castanhas expansivas pneumáticas, eixos expansivos, eixos de fibra de carbono, serviços de manutenção e assistência técnica; cortadeira; cortadeira de rótulos; Cortadoras rebobinadoras; Eixos expansivos pneumáticos; rebobinadeira; rebobinadeira tangencial; revisora; Ribbons; Troqueladora.

## WACKER QUIMÍCA DO BRASIL LTDA.

[www.wacker.com](http://www.wacker.com)

**Produtos:** Adesivos; Etiquetas; Filmes de PELBD/PEBD; Filmes de polietileno; Filmes em PET; Fitas adesivas; Fitas crepe; Resinas adesivas.

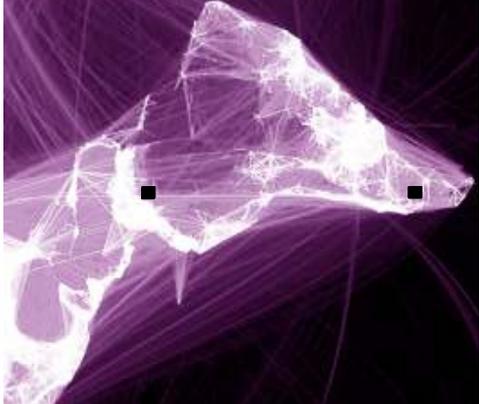
## WIN FLEXO TINTAS FLEXOGRÁFICAS LTDA. ME

[www.winflexo.com.br](http://www.winflexo.com.br)

**Produtos:** tintas à base de água, tintas UV, vernizes UV, adesivos de laminação, cold foil, tintas.

**LABEL 2015**  
**LATINOAMÉRICA**  
 Feira e Conferência Internacional de  
 Equipamentos e Produtos - RFID  
 International Exhibition & Conference for RFID, Label Industry, Tag and TMS

**26 A 28 - AGOSTO**  
 das 13h às 20h  
**AUGUST 26<sup>TH</sup>-28<sup>TH</sup>**  
 1 p.m. - 8 p.m.



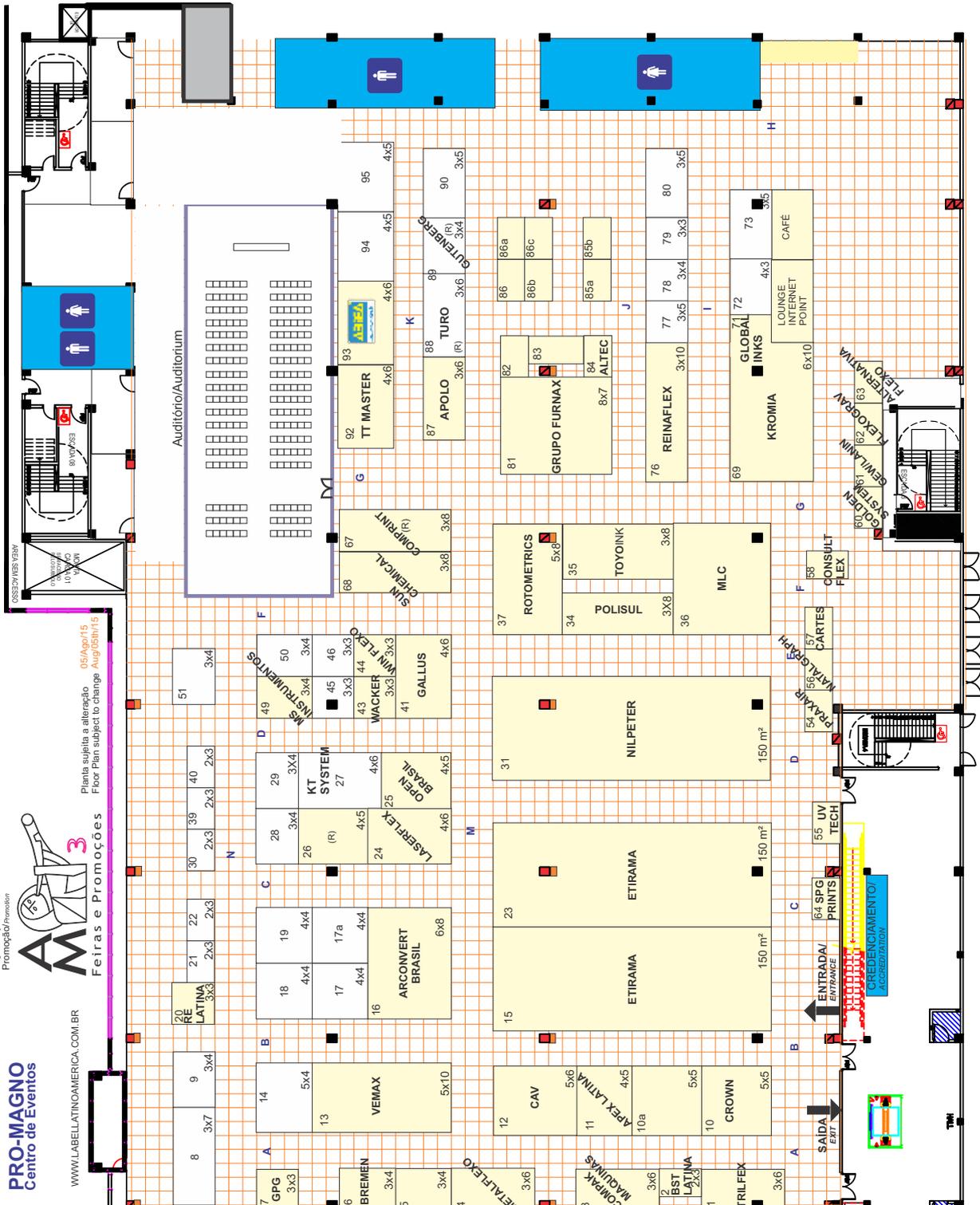
**Apoio/Support:**  
 ABRISA

**Media Partners:**  
 FICOM - BOLSONO  
 Cia Aérea Oficial/  
 Official Airline  
 LAN - TAM  
 Transferrito Oficial/  
 Official Freight Forwarder  
 C&F

LOCAL / VENUE:  
**PRO-MAGNO**  
 Centro de Eventos  
 WWW.LABELLATINOAMERICA.COM.BR



Realização/Organização/Promoção  
**AM 3**  
 Feiras e Promoções  
 Planta sujeita a alteração  
 Floor Plan subject to change  
 05/Apr/15  
 Aug/05/bt/15



**EXCELÊNCIA  
GRÁFICA  
ATUANDO  
DESDE 1950**

**Rótulos Adesivos**

Offset  
Flexografia



GRÁFICA IPÊ LTDA.

Fone/Fax: (43) 3174-4000  
[www.graficaipe.com.br](http://www.graficaipe.com.br)

## CARTA DO LEITOR

O consultor Thomas Caspary alerta que os dados publicados na matéria Tendência, da edição 89 da Revista O AutoAdesivo, devem ser absorvidos com certa parcimônia. Segundo ele: “Peguei então o artigo da DRUPA onde realmente está escrito RELATÓRIO INDICA OTIMISMO DO SETOR GRÁFICO PARA OS PRÓXIMOS 12 MESES. Publicado aqui em Julho de 2015, o estudo parece nos dar um grande alívio, principalmente no Brasil onde sabemos que as coisas não estão tão róseas. Contudo, pude verificar que ele se baseia em um estudo divulgado em Outubro de 2014, válido por 12 meses daquela data, e que os estudos serão repetidos em Outubro de 2015, 2016 e 2017 quando teremos novas divulgações sobre as tendências na Indústria Gráfica.”

A equipe da Revista O AutoAdesivo agradece os comentários. Atenciosamente, Liliam Benzi – Editora



Liderança é fornecer soluções efetivas

A Bremen Sistemas conquistou credibilidade e respeito nestes 15 anos de história, pela excelência de seu ERP e seus serviços de Consultoria, Implantação, Treinamento e Outsourcing para gráficas de pequeno e médio porte.



**WingraphEX**

Suporte Permanente. Evolução Contínua.

Módulos de Orçamento, inclusive para Flexografia, CRM, PCP, Estoque, Faturamento e Financeiro. Possui integração contábil. Gera SPED Fiscal. Integrado com o RECOPI e DIF-Papel Imune. Funciona em rede wireless e pode ser operado on-line.

INTEGRAÇÃO COM:



RECOPI NACIONAL

DEMONSTRAÇÃO  
ON-LINE E  
PRESENCIAL



Telefone: (47) 3035 1022  
E-mail: [contato@bremen.com.br](mailto:contato@bremen.com.br)  
Site: [www.bremen.com.br](http://www.bremen.com.br)

# Código de barras é relevante no desempenho comercial e na gestão das empresas

*Segundo pesquisa inédita, divulgada na Conferência Brasil em Código, o futuro da experiência de compra está nas mãos do consumidor.*

**T**endo como pano de fundo as dificuldades que diversos setores industriais enfrentam por conta dos rumos atuais da economia, a 5ª Conferência Brasil em Código, conduzida pela GS1 Brasil – Associação Brasileira de Automação, discutiu a relevância do código de barras e demais instrumentos de rastreabilidade nos negócios, mesmo em um ambiente desfavorável. “Os temas dos painéis refletiram questões-chave para as empresas, como redução de custos, melhorias na gestão dos estoques,

aumento das vendas e a busca pela perfeita experiência de compra do consumidor”, pontua João Carlos de Oliveira, Presidente da entidade.

Segundo Oliveira, é preciso dar um novo enfoque para os setores industrial, de logística, saúde e varejo, a partir do pleno entendimento dos benefícios gerados pelas novidades e tendências em automação, tecnologias e novas formas de gestão.

É completa: “A programação desta edição da Brasil em Código foi calçada nos resultados da pesquisa “O uso do código de barras no Brasil: empresas e consumidores” que demonstrou, claramente, a relevância do código de barras no desempenho comercial e na gestão das empresas Brasileiras”. Feito com a consultoria da H2R Pesquisas, o levantamento buscou medir a relevância do código de barras para o desempenho comercial e de gestão das principais empresas que movem a economia do país.

No primeiro semestre de 2015 foram entrevistadas 154 empresas de pequeno, médio e grande portes (indústria, agronegócio e comércio), além de 535 consumidores nas cinco regiões do país. O universo abrangido pela pes-

quisa é o de empresas que oferecem produtos da categoria de bens não duráveis identificados por código de barras para o consumidor final.

A base da amostragem reúne empresas que faturam acima de R\$ 60 mil ao ano, sendo que a maior parte delas – 32% – fatura entre R\$ 360 mil e R\$ 3,6 milhões ao ano. 10% delas faturam entre R\$ 20 milhões e R\$ 50 milhões ao ano e 14% faturam acima de R\$ 50 milhões ao ano. Em relação ao número de empregados, as que empregam até 100 pessoas somam 61% e as que empregam mais de 100 até 1 mil pessoas somam 30%. Todas elas são responsáveis por fabricar, distribuir e fazer chegar bens de consumo não duráveis ao consumidor final.

Os resultados da pesquisa surpreendem por demonstrarem o grau de maturidade do empresariado Brasileiro em relação à automação de processos e à importância que o código de barras assumiu na gestão. Da quantidade de produtos vendidos pelas empresas entrevistadas, 80,65% têm seus produtos identificados por código de barras. Ao considerarmos os aspectos financeiros, este número é ainda maior; as empresas afirmam que



Para João Carlos de Oliveira, acompanhar os rumos da automação é entender os anseios do consumidor.

81% do faturamento estão atrelados aos produtos com códigos de barras. Em relação à importância do código de barras para a eficiência administrativa e operacional, 92% delas afirmam ser relevante para suas vendas diretas e 88% alegam que sua gestão é diretamente impactada pelo código.

O setor supermercadista é um dos mais representativos na economia do país. Em 2014 teve 5,3% de participação no PIB do Brasil, segundo a Associação Brasileira de Supermercados (Abas). O faturamento do setor em 2014 foi de R\$ 294,9 bilhões (+1,8% em relação a 2013). Deste total, estima-se que as vendas efetivadas com base no código de barras no varejo correspondem a R\$ 189 bilhões. Excluem-se desse cálculo aproximadamente 20% de alimentos como frutas, legumes e verduras ou laticínios porcionados, com baixo índice de uso do código de barras.

Entre as empresas entrevistadas na pesquisa, 66% delas acham interessante acompanhar o desenvolvimento tecnológico para estarem em linha

com o mercado e com o desejo do consumidor. Dentre as empresas que declaram investir em inovação, 27,7% delas investem entre 1% e 2% de seu faturamento em inovação tecnológica. 75% consideram que os padrões sugeridos pela GS1 contribuem diretamente para a inovação.

“De acordo com os resultados obtidos, podemos concluir que todos os processos de identificação de produtos, logísticos e de varejo que foram automatizados ao longo de mais de 30 anos no Brasil influenciaram fortemente o bom desempenho da economia do país”, afirma João Carlos de Oliveira. Segundo dados da Associação, o sistema GS1: torna a cadeia de abastecimento mais eficiente, favorece



*A pesquisa também surpreendeu por demonstrar o grau de maturidade dos empresários em relação à automação de processos e à importância do código de barras na gestão.*



No evento, estiveram reunidos representantes do varejo, indústria e agronegócio.

o acesso ao mercado consumidor de grande escala, elimina as perdas de dados de vendas, diminui a perda de vendas, aumenta a velocidade da chegada dos produtos ao mercado, melhora o relacionamento com o cliente a partir de um maior controle dos produtos e maior satisfação do consumidor final, e permite o gerenciamento de estoques em tempo real.

### **Para um consumidor cada dia mais antenado**

E o consumidor percebe quando a indústria e/ou o varejo investem em automação; 89% dos consumidores entrevistados declaram que usam o código de barras em suas compras no supermercado. “É interessante observar que a tríade (internet/celular e computador) é um hábito adquirido muito recente, mas com importância muito maior para os consumidores que os hábitos antigos e enraizados como o uso do lápis e papel ou TV”, sentencia João Carlos de Oliveira. “O

código de barras poderá assumir uma relevância cada vez maior para os brasileiros, principalmente se associado a aplicativos móveis.”

O código também está ligado a um item cada vez mais observado pelos consumidores, a data de validade dos produtos, principalmente de alimentos. Das 535 pessoas entrevistadas, 88% desejam que a data de validade deva constar futuramente nas informações registradas pelo código de barras. 86% declaram que terão interesse em informações adicionais do produto consultando o código. De acordo com Oliveira, “a GS1 investe há anos para atender a esse tipo de demanda com padrões GS1 que permitem o registro de mais dados e informações adicionais em menor espaço, viabilizando o acesso às informações, pelo consumidor, num simples toque no celular”.

O uso dos dispositivos móveis e as compras online são lembrados pelos consumidores entrevistados; 86% ale-

gam fazer compras pela internet, além das compras presenciais no varejo. Ou seja, internet e aplicativos para smartphones já são considerados ferramentas de suporte e estímulo às compras. O conceito de Internet das Coisas (IoT, na sigla em inglês) está definitivamente estabelecido, haja vista a conexão dos smartphones com outros aparelhos eletroeletrônicos. Os Brasileiros têm em média dois outros aparelhos conectados aos seus smartphones!

Nesse cenário futurista, a GS1 Brasil está inserida por meio de serviços web que incluem leitura de códigos de barras tanto os lineares quanto os bidimensionais. Além disso, a tecnologia de identificação por radiofrequência (RFID, na sigla em inglês), baseada no EPC-Código Eletrônico de Produto, já é uma realidade em vários processos de logística, compras e vendas das empresas. RFID é a tecnologia empregada no self-check out, por exemplo, em lojas que privilegiam o autoatendimento do consumidor. ▲



Os diversos painéis discutiram a crescente importância do código de barras no dia a dia do consumidor.

A **ABIEA** está ampliando o quadro de empresas que proporcionam benefícios para seus associados. A ideia é que a **ABIEA** tenha até 2016, ano no qual completa 30 anos, pelo menos 30 empresas parceiras no **Clube de Benefícios**. Os segmentos são os mais diversificados para que os associados sejam atendidos em todas as suas necessidades.

O site também está sendo reformulado para melhor atender ao mercado; ele ficará mais rápido e fácil de ser utilizado como uma ferramenta de trabalho. Na página principal haverá um "Ícone" **Clube de Benefícios**. Bastará um click para abrir a relação das empresas participantes, divididas por segmento; outro click direcionará para uma página exclusiva do parceiro com as especificações sobre a empresa e os benefícios oferecidos.

Acesse o site para mais informações

[www.abiea.org.br](http://www.abiea.org.br)



# Por dentro da



Associação Brasileira das Indústrias de Etiquetas Adesivas (**ABIEA**)  
Rua Maestro Cardim, 377 - 11.º Andar - Cj. 114  
CEP 01323-000 – Paraíso – São Paulo (SP)  
Telefax: (11) 3288-0508/3284-7247

## Conheça os finalistas do 4º Prêmio Brasileiro de Excelência em Etiquetas e Rótulos Autoadesivos 2015

Foram mais de 80 peças inscritas entre rótulos e etiquetas recebidas até 10 de Julho e julgadas pela equipe técnica da ABTG (Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica), 39 foram finalistas na primeira etapa do 4º Prêmio Brasileiro de Excelência em Etiquetas e Rótulos Autoadesivos 2015, um evento exclusivo da **ABIEA**. Os trabalhos passaram por uma Avaliação Técnica - Pré impressão, Impressão e Acabamento – e por uma Avaliação

de Criação – Funcionalidade e Design Gráfico. O corpo de jurados da ABTG avaliou os trabalhos individualmente, de acordo com os critérios estabelecidos pelo Regulamento, atribuindo notas de 01 a 10.

Os finalistas abaixo poderão inscrever-se, gratuitamente, no 25º Prêmio Fernando Pini 2015. Essa inscrição deverá ser feita diretamente com a ABTG, levando em conta a adaptação das categorias ao regulamento

e segmentos do Pini. Os vencedores também poderão inscrever-se no L9 World Label Awards, maior premiação do setor de autoadesivos do mundo.

Vale lembrar que os vencedores serão conhecidos em uma cerimônia agendada para o dia 26 de agosto no Auditório do Espaço Pro Magno, em São Paulo. Informações e inscrições para a coquetel de premiação, entre em contato pelo e-mail: [secretaria@abiea.org.br](mailto:secretaria@abiea.org.br).

### CATEGORIA FLEXO TRAÇO

#### **Rótulo e contra rótulo Cachaça Extra Premium Harmonie Schnaps (1)**

Convertedor: Automação Ind. e Com. de Rótulos e Etiquetas Ltda.  
Cliente: Leandro Augusto Hilgert

(1)



(3)



#### **Rótulo da cerveja Whitehead Pale Ale (2)**

Convertedor: Automação Ind. e Com. de Rótulos e Etiquetas Ltda.  
Cliente: Cervejaria Whitehead Ltda.

(2)



(5)



(4)



#### **Rótulo Vintage (3)**

Convertedor: Metiq Soluções Comerciais  
Cliente: Vinícola Don Guerino

#### **Black Stone Honey (4)**

Convertedor: Brazicolor Ind. Gráfica  
Cliente: Fante Indústria de Bebidas Ltda

#### **Rótulo Condicionador Progressiva (5)**

Convertedor Social: Visionflex Soluções Gráficas Ltda  
Cliente: Salon Line

### CATEGORIA FLEXO CROMIA

#### **Cerveja Colorado Appia (6)**

Convertedor: CCD Etiquetas e Rótulos Indústria e Comércio Ltda EPP  
Cliente: Cervejaria Colorado

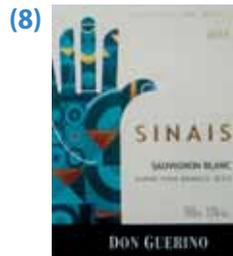
### **Cerveja Hop Lover (7)**

Convertedor: CCD Etiquetas e Rótulos Indústria e Comércio Ltda EPP  
Cliente: Cervejas Sazonais



### **Rótulo Sinais (8)**

Convertedor: Metiq Soluções Comerciais  
Cliente: Vinícola Don Guerino



### **Rótulo Casa de Madeira (9)**

Convertedor: Metiq Soluções Comerciais  
Cliente: Adega Casa de Madeira



### **Quinta do Carvalho Suco Integral 1,5L (10)**

Convertedor: Brazicolor Ind. Gráfica  
Cliente: Sociedade Florense de Bebidas Ltda

## CATEGORIA OFFSET CROMIA

### **Rótulo Pilsner Leopoldina (11)**

Convertedor: Metiq Soluções Comerciais  
Cliente: Cervejaria Leopoldina



### **Rótulo Leopoldina Weissbier (12)**

Convertedor: Metiq Soluções Comerciais  
Cliente: Cervejaria Leopoldina



### **Cachaça e Mel Doce Veneno (13)**

Convertedor: Degrafica Impressos Ltda  
Cliente: Casa di Conti

## CATEGORIA IMPRESSÃO DIGITAL CROMIA

### **Rótulo Cerveja Dry Stout Chico Rei (14)**

Convertedor: Ready do Brasil  
Cliente: Cervejaria Uaimii



### **Cerveja Dama Bier Reserva (15)**

Convertedor: CCD Etiquetas e Rótulos  
Cliente: Dama Bier

### **Dádiva Premium Lager (16)**

Convertedor: Indemetal Gráficos  
Cliente: Indústria de Bebidas CBT



### **Rofer Hefe Weizen 600ml (17)**

Convertedor: Indemetal Gráficos  
Cliente: Rofer Cervejaria

### **Cheiro de Aconchego Difusor de Ambiente (18)**

Convertedor: Tyrex Mercantil e Industrial  
Cliente: Alianza Indústria e Comércio de Cosméticos



## CATEGORIA IMPRESSÃO COMBINADA TRAÇO

### 60 Salton Virtude Chardonnay (19)

Convertedor: Brazicolor Ind. Gráfica  
 Cliente: Vinícola Salton

(19)



(20)



### Ingresso Lance de Craque (20)

Convertedor: Automação Ind. e Com. de Rótulos e Etiquetas  
 Cliente: Sport Clube Internacional

### Ingresso Sport Clube Internacional (21)

Convertedor: Automação Ind. e Com. de Rótulos e Etiquetas  
 Cliente: Sport Clube Internacional

(21)



(22)



### Rótulo Antitranspirante Sem Perfume (22)

Convertedor: Marete Ind. E Com. De Artefatos de Papeis Especiais  
 Cliente: Coty

## CATEGORIA IMPRESSÃO COMBINADA CROMIA

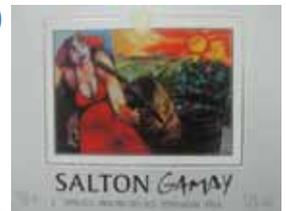
### Gargalo contra Rótulo Vinho Espumante Natural Branco Moscatel (23)

Convertedor: Gráfica Ipê  
 Cliente: Abege Participações Ind. e Com. De Bebidas

(23)



(24)



### Salton Gamay (24)

Convertedor: Brazicolor Ind. Gráfica  
 Cliente: Vinícola Salton

### Salton Intenso Merlot Tannat (25)

Convertedor: Brazicolos Ind. Gráfica  
 Cliente: Vinícola Salton

(25)



(26)



(27)



### Salton Paradoxo Merlot (26)

Razão Social: Brazicolor Ind. Gráfica  
 Cliente: Vinícola Salton

### Cachaça Cristal Tesouro da Casa (27)

Convertedor: Degrafica Impressos  
 Cliente: L.C. Marcom

## CATEGORIA SLEEVES

### Dualimax Weight Control (28)

Convertedor: Indemetal Gráficos  
 Cliente: Fitoway

(28)



(29)



(30)



### Rótulo Sukiss Laranja e Acerola 1,5 L (29)

Convertedor: Kromos Produções Gráficas  
 Cliente: Bebidas Poty

### Ypê Lilac Amaciante Concentrado 500 ml (30)

Convertedor: Kromos Produções Gráficas  
 Cliente: Química Amparo Ltda.

## CATEGORIA SEGURANÇA

### Ingresso TXT 105 X 54 mm (31)

Convertedor: Visionflex Soluções Gráficas Ltda  
 Cliente: TCT Control



### Etiqueta Lacre de Segurança e Rastreabilidade para Desmontadores (32)

Convertedor: Tyrex Mercantil e Industrial  
 Cliente: K2TEC



### Rótulo NFC Tech Wine (33)

Convertedor: Ready do Brasil  
 Cliente: L2TX Holding

### Selo Vistoriado 2014 (34)

Convertedor: Contiplan Indústria Gráfica  
 Cliente: Secretaria Municipal de Transportes RJ



### Ingresso Autêntico (35)

Convertedor: Visionflex Soluções Gráficas  
 Cliente: Irmão Ricci

## CATEGORIA INOVAÇÃO

### Etiqueta para Joias (36)

Convertedor: Seac Indústria e Comércio de Etiquetas  
 Cliente: Glamouria



### Lacre de Segurança e Rastreabilidade para Desmontadores (37)

Convertedor: Tyrex Mercantil e Industrial  
 Cliente: K2TEC



### Rótulo Tech Wine (38)

Convertedor: Ready do Brasil  
 Cliente: L2TX Holding



### Vinho Branco Frizante Suave Mioranza (39)

Convertedor: Degrafica Impressos  
 Cliente: Sociedade de Bebidas Mioranza



### Campinas e Ribeirão Preto terão Road Show ABIEA em Setembro

Devido ao grande sucesso e dando continuidade ao programa Road Show ABIEA 2015, realizaremos nos dias 16

e 17 de Setembro na região Sudeste em Campinas e Ribeirão Preto, respectivamente. O Road Show consiste em palestras de treinamento, levando conhecimento sobre assuntos pertinentes ao setor e é destinado à Diretores, Gerentes, Operadores de Máquinas, PCP, Arte finalista, Departamento Comercial e afins. Este é o terceiro evento do gênero. O primeiro aconteceu na região Nor-

deste e o segundo na Região Sul com três dias de treinamento nas cidades de Blumenau (SC), Porto Alegre (RS) e Curitiba (PR). A média de participantes, em cada evento, foi de 50 profissionais.

Informações sobre o Road ABIEA com Dirceu pelo e-mail comunicacao@abiea.org.br ou pelos fones (11) 3284-7247 e (11) 3288-0508

# Menos quantidade, mais qualidade

*Manter as margens de lucro, atender à demanda dos clientes e oferecer soluções inovadoras com melhor custo-benefício estão entre os principais desafios atuais do dinâmico setor de rótulos e etiquetas.*

**T**odo empreendedor experiente sabe que nenhum cenário político e econômico de um país, em longo prazo, é completamente seguro. Seja em nível mundial, ou mais notoriamente em países emergentes como o Brasil. No caso do setor gráfico, o segmento de rótulos e etiquetas está em uma posição relativamente privilegiada em relação ao editorial e promocional, que passam pela substituição de parte de seu mercado por novas tecnologias. Mesmo assim, observa-se uma retração da produção do volume físico de embalagens de 1,47% em relação a 2013 (o que influencia diretamente o nicho dos rótulos autoadesivos). O que desperta um alerta nos convertedores: como, ao mesmo tempo, reduzir custos e manter-se com uma produção de qualidade?

Nota-se que em tempos de matéria-prima e energia elétrica mais caras, escassez de água, em especial nos maiores polos industriais e econômicos do país, somados à incerteza quanto aos rumos da política-econômica Brasileira, tornou-se um desafio significativo manter os preços competitivos. "Nem todos os custos puderam ser repassados integralmente para os nossos clientes finais pela fraca demanda do mercado, e pelo risco dos converte-

dores perderem seus clientes. Ou seja, as margens de lucro caíram significativamente", conta Sérgio Boteselli, da Visionflex Soluções Gráficas.

As medidas apontadas pelos especialistas para melhorar a gestão de recursos e se adaptar à nova realidade do mercado passa por um conjunto de processos, que vão desde a mudança de percepção dos próprios convertedores sobre seus produtos até a concepção de todas as etapas nas quais está envolvido – desde a escolha da matéria-prima até o engajamento nas vendas.

E essa percepção não acontece de forma aleatória. Em certos casos, como o da gigante Ambev, maior fabricante de bebidas do Brasil, embora tenha anunciado uma queda de venda de cervejas equivalente a 8,6% no segundo trimestre deste ano, ela conseguiu aumentar seu lucro líquido em 27%, de acordo com balanço divulgado pela companhia. Entre os fatores que permitiram esse resultado positivo, mesmo com um decréscimo no volume comercializado, está a aposta da empresa, conforme vem divulgando nos meios de comunicação, nas bebidas premium.

Exemplos como esse ilustram como em certas aplicações, nem sempre o barato, às custas de uma qualidade in-

ferior, é necessariamente uma alternativa para garantir sucesso. Ao contrário, a tendência é atender a um consumidor cada vez mais exigente, sedento por novidades e desejoso por, em um mundo de rapidez e facilidades via todo tipo de informação, sentir-se único.

## A saída na inovação

Entre os desafios mais marcantes está a atual pulverização do mercado e a precificação dos produtos feita de forma generalizada e não personalizada dentro de uma determinada categoria ou segmento. Cenário que leva as empresas a ficarem mais focadas na comercialização e negociação das matérias-primas e deixarem para segun-



Para Marcelo Martinovich é preciso mudar a percepção da área de custos.

do plano a percepção das expectativas dos consumidores e, por consequência, a questão da aplicação pelos seus clientes diretos.

Mas adaptar os diversos elos da cadeia de rótulos e etiquetas a uma nova realidade não é uma tarefa simples, ainda que o próprio mercado esteja forçando essa transição, obrigando um novo posicionamento de pequenas e médias empresas – ou se adaptam ou podem desaparecer.

Dentro desta perspectiva, a palavra inovação ganha um significado ainda mais profundo. “Inovação não precisa, necessariamente, ser algo mirabolante; podemos trabalhar com a inovação de A a Z no sentido de um processo, uma forma diferente de fazer negócio, uma forma diferente de abordar os novos clientes e até mesmo uma forma de pensar em produtos diferentes”, aponta Dirceu Varejão, Diretor Geral da Inovagraf.

Para Varejão, nesse momento, está havendo uma mudança completa nas estruturas das empresas e ela precisa ser ainda mais trabalhada. Diversos convertedores já estão notando ser preciso diminuir ativos de custo muito altos, enxugar os quadros e se posicionar de modo a evitar a comoditização forçada pelos clientes para produtos que exijam eficiência e qualidade – a não ser que seja intenção e interesse da própria empresa se especializar num segmento de saída rápida, custo menor e demanda menos personalizada. Caso contrário, para entender o custo produtivo e precificar bem, deve-se incentivar a utilização de estratégias de inteligência mercadológica. “O preço faz parte do custo, se precificar mal não há produtividade que resista”, completa.

Nessa odisséia é fundamental estabelecer métodos de avaliação de performance dos materiais de base. Compreendendo que o custo total de produção não se limita àquele pratica-

do na compra e na venda. Sem contar que a utilização de matérias-primas baratas demais pode ocasionar perdas importantes no processo de produção – aumentando o desperdício e reduzindo argumentos de negociação que poderiam ser utilizados em uma venda. “Hoje em dia há um paradoxo: para ter uma matéria-prima de alta qualidade eu tenho que pagar muito caro. Mas é relativo. Você pode ter uma matéria-prima extremamente competitiva em custo ou até um pouco mais cara, mas ela garantirá uma produtividade à linha até um pouco melhor”, completa o executivo da Inovagraf.

Aliás, o treinamento técnico das equipes, segundo Varejão, também é determinante na apresentação das vantagens de um produto de melhor qualidade. Essa capacitação tem esbarrado em problemas que escapam para além da crise e estão relacionadas a um novo perfil da geração de profissionais que chegam às empresas. “As pessoas que são qualificadas normalmente deixam a empresa por outros desafios e se perde todo o investimento e a própria capacitação. A fidelização é coisa do passado; também está no passado o investimento em uma relação de longo prazo”, afirma Varejão.

#### **Por onde começar?**

Há medidas simples que podem ser adotadas imediatamente dentro das empresas e que envolvem um melhor planejamento das metas, uma avaliação dos gastos e como os recursos estão sendo aplicados. De acordo com Marcelo Martinovich, conselheiro do Cofecon (Conselho Federal de Economia), o primeiro passo para encontrar soluções para redução de custos e perdas, aproveitamento de matéria-prima e administração dos recursos, é mudar a percepção da área de custos. Seu conselho é deslocá-la da área de produção e realocá-la na controladoria,

como suporte gerencial no processo de precificação, apuração das margens e projeção do que chama Ponto de Equilíbrio. “Também precisamos de um PCP Estratégico que persegue, constantemente na produção, as operações ‘roubadoras de lucro’, além de focar nos ‘agregadoras de lucro’”, pondera.

Para Sérgio Boteselli é necessário manter o foco no negócio, na sua gestão e organização, para além do que se escuta nos meios de comunicação tradicionais e trabalhar com medidas simples, mas eficientes. “Precisamos olhar mais para dentro de nossas empresas e menos para o noticiário econômico. Acredito que em uma crise como a que estamos passando, metade é realidade e a outra é expectativa; vamos tentar administrar a parte que está sob nosso controle. Nesse momento, é preciso que tenhamos os números em mãos, saibamos exatamente quais as perdas, como aproveitar melhor as máquinas, setup, consumo de matéria-prima, além de estabelecer eficiência por operador, etc.”, analisa.

Como exemplo, o empresário destaca uma experiência vivenciada no segundo semestre do ano passado, quando sentiu uma redução na demanda de seus clientes, em torno de 7% e 10%. A empresa iniciou então um plano de redução e controle de custos.



Para enfrentar a crise, Sérgio Boteselli defende medidas simples, mas eficientes, dentro da empresa.

Dividiram-na em dois grupos: os Geradores de Receita e os Geradores de Despesa. “No primeiro grupo seguimos a cartilha de vendas, palestras motivacionais para os vendedores, aumento do número de visitas, prêmios por metas de faturamento, prêmio para novos clientes, etc. Já no grupo de Despesas, dividimos a empresa por áreas e seus respectivos responsáveis, de forma que cada setor recebeu um budget para administrar, baseado no consumo dos três meses anteriores. Alguns tiveram a meta de mantê-los, outros de reduzi-los e todos os funcionários da empresa poderiam ser premiados”.

O resultado da experiência foi uma surpresa agradável: foi possível até bonificar, com um 14º salário, diversos funcionários naquele ano. “Como a crise não é apenas na nossa empresa, e sim no país, como um todo, os próprios funcionários estão mais conscientes e envolvidos, sugerindo melhorias e obtendo ganhos antes inimagináveis dentro do processo”, se empolga.

Dirceu Varejão, por sua vez, levanta a importância de se pesquisar sobre os clientes e ter um plano detalhado de suas características, preferências e necessidades. “Você está prospectando alguém do setor de higiene e limpeza? O que esta indústria está fazendo? Considerando-se os materiais, será que há condição de fazermos uma coisa diferente para que possamos precificar seu produto de uma forma diferente?”, exemplifica.

### Oportunidades e o futuro

De todo modo, ainda que traumática para alguns, a crise revela um calcanhar de Aquiles típico do empreendedor Brasileiro – manter-se cômodo quando o mar está para peixe e não se prevenir para tempos difíceis. Comportamento bem resumido pelo economista Marcelo Martinovich. “Agora, o prisma da análise se altera do ope-

racional para o estratégico: antes as margens de lucro no Brasil eram enormes, e você acha que os empresários tinham lá um grande interesse em que se fizesse gestão de gastos? Claro que não. Agora com a queda nas margens, estão lutando contra o tempo”, finaliza.

É de comum acordo entre os especialistas que no curto prazo não haverá um arrefecimento da crise, mas que quando o ciclo de crescimento da econômica Brasileira voltar, em cerca de um ou dois anos, as empresas so-

breviventes estarão muito mais fortes e sólidas em seus campos de atuação.

“O ajuste está aí e veio para ficar, de forma que gestão de custos é e será um grande diferencial das empresas nos próximos anos. Aqui em nossa empresa brinco que fazemos mais conta do que etiqueta; tudo é calculado, recalculado, conferido e só aí aprovado. Seja para investimentos ou para novos clientes. Vender mais é importante, mas mais importante ainda é vender melhor”, finaliza Sérgio Botteselli.

**iimak**

**Oferece uma ampla linha de fitas datadoras para impressão direta em embalagens**

Para uso em ambientes secos e frios • ribbons mistos e resinados

Preto Prata Branco

Ampla linha de ribbons para impressão em etiquetas em diversas formulações e tamanhos. Únicos ribbons com certificado ANVISA para contato direto em alimentos.

**Seja Um Distribuidor IIMAK**

- Líder de mercado no Brasil e nos EUA
- Suporte técnico e treinamento constante
- Alta qualidade e ribbons competitivos

(21) 2179-4000 • ribbons@iimak.com.br • iimak.com.br

### **Parceria em autoadesivos preserva o meio ambiente**

O meio ambiente agradece a parceria entre Vogue International, fabricante dos produtos para tratamento capilar OGX, a WS Packaging Group, Inc. e Avery Dennison (NYSE: AVY) formada para reduzir os impactos à natureza causados pelos rótulos autoadesivos das embalagens. Com a ferramenta Greenprint™, lançada em 2010 pela Avery Dennison, foi possível realizar a ACV (Análise de Ciclo de Vida) específica dos rótulos e mostrar a relevância que materiais mais finos têm na diminuição de danos ambientais. Com o resultado, a equipe de embalagens da Vogue e do convertedor, passaram a adotar um dos materiais mais importantes da Avery Dennison, o filme Global MDO.

Ao trocar os materiais tradicionais dos rótulos pelo filme mais fino, a marca OGX reduzirá seu impacto ambiental entre 26% e 34%, já que usará menos materiais de origem fóssil, água e energia, gases de efeito estufa e resíduos gerados. Isto equivale a economizar 65 barris de petróleo, água potável suficiente para 131 cidadãos norte-americanos, energia anual usada em 15 domicílios nos EUA, tirar 9 carros de circulação por ano e eliminar o desperdício relativo a cinco residências nos EUA.



### **Empresas chinesas adotam Padrão GS1 para aprimorar e-commerce**

Mais de 40 empresas chinesas de comércio eletrônico assinaram a declaração "E-commerce Joint Proposal on Barcode Application", que visa respeitar o princípio de que cada item comercial deve ter uma identidade única. Ou seja, o produto deve carregar o seu GS1 GTIN (Global Trade Item Number) identificado por um código de barras.

A iniciativa deverá aprimorar as vendas do setor e o desenvolvimento dos negócios na China, além de melhorar a prestação de serviços aos clientes. Entre as empresas que assinaram a declaração estão as gigantes Alibaba e JD.com. Para Chenghai Zhang, presidente e CEO da GS1 China e Co-Chair da ECR China, "o código de barras desempenhará um papel importante na modernização e desenvolvimento da logística da China e do comércio exterior".

### **Micros e pequenas empresas têm acesso ao RFID**

A ITAG, empresa especializada em tecnologia de identificação para itens da área têxtil, é a mais nova fornecedora credenciada do Cartão BNDES. A partir de agora, micros, pequenas e médias empresas (MPMEs) e microempreendedores individuais (MEIs) poderão adquirir softwares da tecnologia RFID (identificação por radiofrequência, na sigla em inglês) por meio do cartão do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

A empresa é homologada pela Associação Brasileira de Automação-GS1 Brasil a realizar o padrão EPC-GEN2 no Brasil, que engloba todo o processo de RFID. Entre os produtos envolvidos nos projetos estão o software para gravação de serializações e para leitura das etiquetas de RFID (identificação por rádio frequência), integrado com os principais softwares

ERP (Enterprise Resource Planning) do Brasil, além de etiquetas RFID com modelos específicos para cada segmento, antenas para leitura e impressoras para gravação das etiquetas.

### **Abertas as inscrições para o XVIII Prêmio Automação**

A Associação Brasileira de Automação-GS1 Brasil já está com as inscrições abertas para a 18ª edição do Prêmio Automação. A premiação será realizada em novembro deste ano, no HSBC Brasil, em São Paulo, e prestigiará casos de sucesso de associados que utilizam os padrões GS1 para alavancar e potencializar os seus negócios. A ideia é homenagear empresas engajadas em projetos inovadores com os padrões de tecnologia GS1 e reconhecer o empenho e as iniciativas das organizações Brasileiras em aprimorar a gestão do seu empreendimento com soluções de automação que aumentam a eficiência e a competitividade no mercado.

A inscrição no XVIII Prêmio Automação é válida para empresas de todo o território nacional e pode ser realizada até o dia 30 de agosto. Para mais informações, escreva para: [educa@gs1br.org](mailto:educa@gs1br.org).

### **UPM Raflatac: marcas protegidas e etiquetas seguras**

A empresa anunciou o lançamento de uma nova linha de produtos para aplicações de segurança e autenticação de marcas nos EUA. As etiquetas foram concebidas especialmente para que empresas protejam a integridade de seus produtos, colocando barreira à falsificação, comum nos mercados de luxo, e o desvio de peças a mercados informais. Ideais para a indústria de vinhos, destilados, cosméticos, artigos eletrônicos, entre outros.

Entre os produtos de proteção estão papéis e filmes que se rasgam,

materiais em que se pode deixar uma palavra, padrão ou logotipo quando se manipula a etiqueta, películas fininhas complicadas de serem retiradas, hologramas e materiais superficiais de ótica variável, bem como etiquetas com características de impressão com sombreado.

#### *Flint Group Narrow Web lança tinta à base de água com proposta zen*

Por enquanto apenas disponível na América do Norte, o Hydrokett® ZEN é um novo sistema versátil, com tinta à base de água, para papéis e filmes em aplicações flexográficas. Projetadas para trazer facilidade e desenvolvidas usando os conceitos e ideais de inovação de melhoria contínua – ou Kaizen, as tintas prometem proporcionar paz de espírito e baixa tensão ao serem processadas nas salas de impressão. Entre as vantagens de sua utilização está a reduzida necessidade de manutenção, diminuição dos resíduos facilidade na aplicação e versatilidade.

#### *Flint Group Flexographic Products se apresenta na SDW 2015*

Mais uma vez, a Flint Group marcou presença no SDW, conferência internacional do setor. Apresentou e demonstrou vantagens do produto em desenvolvimento, o nyloprint® WS W Digital – equipamento de última geração, dirigido à impressão de documentos seguros e cédulas bancárias.

O evento reuniu mais de 110 expositores, 1700 visitantes de mais de 70 nações, em Londres. A conferência de três dias foi utilizada como plataforma de networking entre indústria, governo e entidades ligadas à proteção, sigilo e segurança.

#### *Labelexpo Europe 2015*

Um dos maiores eventos do mundo para o setor de banda estreita, realizada a cada dois anos em Bruxelas, na Bélgica, está com inscrições abertas. O evento se dará no parque de exposições Brussels Expo, de 29 de setembro a 02 de outubro de 2015, e reunirá expositores, fabricantes de todo o mundo que mostrarão o que há de mais

recente em equipamentos, materiais e inovação tecnológica.

#### *Rótulos de alimentos terão alerta para quem tem alergias*

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) aprovou resolução que obriga a indústria alimentícia a informar no rótulo do produto se há presença dos principais alimentos que causam alergias alimentares. Segundo a regra, que abrange alimentos e bebidas, os rótulos deverão informar a existência de 17 itens discriminados pela agência e seus derivados. Os dados sobre os alergênicos virão logo abaixo da lista de ingredientes, as palavras devem estar em caixa alta, negrito e com a cor diferente do rótulo. Os fabricantes terão um ano para adequar as embalagens.



**ANUNCIE AQUI!**

**11 3288-0508**

**ABIEA**

Conheça o **i4S**

O **Sistema de Gestão**  
específico para a indústria de  
**Rótulos e Etiquetas.**



**Soluções completas**  
a partir de

**4 parcelas de**  
**R\$750,00**  
(Implantação e Treinamento)

+ mensalidade

**R\$500,00**

**Consulte-nos**

+55 19 3826.4345  
contato@iquattro.com.br  
www.iquattro.com.br

**As informações da sua  
empresa em um só lugar.**

- *Orçamentos*
- *Pedidos de venda*
- *Gestão da produção*
- *Faturamento / NF-e*
- *Controle de comissões*
- *Financeiro / Fluxo de caixa*
- *Mobilidade*

**iQuattro**  
Soluções e Sistemas

UMA IDEIA  
BEM CUIDADA  
SEMPRE GERA  
INOVAÇÃO.



Desde o início, em 1984, a Colacril vem trabalhando com ideais de profissionalismo e qualidade. É pioneira em produtos autoadesivos, com mais de 200 itens em vinis, filmes e papéis. Uma empresa que pensa à frente do seu tempo, para garantir o melhor hoje, oferecendo produtos e processos cada vez mais alinhados com a evolução do mercado gráfico, como a siliconização solventless e UV. O que mais desafia e impulsiona seus colaboradores é a necessidade de surpreender o mercado com produtos cada vez mais modernos e inovadores.

**COLACRIL**  
Inovando por você.